

<<旅游景区管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区管理>>

13位ISBN编号：9787111144885

10位ISBN编号：7111144880

出版时间：2004-7-1

出版时间：机械工业出版社

作者：李洪波

页数：319

字数：375000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

我国的旅游业经过这些年的发展有了很大的变化，旅游景区的类型及其管理体制也呈现出多元化的发展趋势。

近几年来，学术界对旅游景区的研究也发生了变化。

除了一些常规问题，如旅游景区可持续发展，旅游景区管理体制的改革等，人们将更多的注意力放在了如何协调旅游景区内的不同利益主体之间的关系上，使得各个不同的利益主体在旅游景区发展的同时，其利益都可以得到相应的满足。

这些变化和趋势使本教材（第1版）已经不太适应需求了。

《旅游景区管理》一书的基本框架没有发生太大的变化，但实际内容有较大的改动。

在这次修订过程中，我们依然坚持以对旅游景区中人的管理为主要的思路之一，即协调旅游景区中不同利益主体之间的关系是旅游景区管理的主要任务，也是旅游景区不断发展的基础。

另一个思路是，一般管理学中常用的内容并非都适用于旅游景区管理。

旅游景区管理有其自身的特点，对于其他企业可能并不是最重要的方面，但对于旅游景区而言，可能是致命的，如环境管理、社区管理等。

因此，我们选择了对旅游景区至关重要的几个方面进行论述：人力资源管理、环境管理、安全管理和标准化管理等。

<<旅游景区管理>>

内容概要

“旅游景区管理”在我国旅游高等教育中还是一门较新的课程。

本教材是在作者几年的教学积累的基础上合作而成的，共分十一章。

作者在编写过程中没有按照传统的功能管理部门进行景区管理范畴的划分，而是以两个系统，即旅游景区系统和旅游景区环境系统为主要思路，且辅之以旅游景区营销管理（第七章）、旅游景区的标准化（第十章）以及景区信息系统管理（第十一章）进行编写的。

教材运用了一些现代管理学的基本观点，强调对与景区相关的人群的管理是景区管理工作的最主要的部分。

在第八章中引入了“三种生产理论”、“冲突与和协理论”等新的理论思想。

本书可作为高等学校旅游类专业的教科书及旅游景区管理培训班教材，也可供社会读者阅读。

<<旅游景区管理>>

书籍目录

前言第一章 关于旅游景区 第一节 旅游景区的基本概念 第二节 旅游景区的构成要素 第三节 旅游景区系统 第四节 旅游景区的发展和变化 思考题第二章 旅游景区管理概述 第一节 旅游景区管理的理论基础 第二节 旅游景区管理的基本内容 第三节 旅游景区管理目标及机构设置 第四节 旅游景区管理的基本程序 思考题第三章 旅游景区的游客行为管理 第一节 旅游景区内游客行为分析 第二节 游客的管理方法 第三节 正确引导游客的行为 第四节 游客与管理者关系的分析 思考题第四章 旅游景区管理者的管理 第一节 旅游景区管理者队伍的素质要求 第二节 人力资源管理 第三节 旅游景区服务质量管理 思考题第五章 旅游景区经营行为及开发管理 第一节 旅游景区开发与保护的关系 第二节 关于风景名胜管理主体的问题 第三节 旅游景区经营行为管理 第四节 旅游景区旅游资源管理 思考题第六章 旅游景区与当地居民的关系 第一节 当地居民在旅游景区的地位分析 第二节 当地居民与游客的文化冲突与融合 第三节 旅游景区中当地居民的权利与利益 第四节 旅游景区中当地居民的行为管理 思考题第七章 旅游景区营销管理 第一节 旅游景区营销管理的基本理论 第二节 旅游景区市场调查与分析 第三节 旅游景区市场分析第八章 旅游景区的环境管理第九章 旅游景区的安全管理第十章 旅游景区的标准化第十一章 景区信息系统管理附录

<<旅游景区管理>>

章节摘录

目前,只能完全确定一点,即旅游景区是旅游业中一个主要的、复杂的组成部分,但对于什么是旅游景区却很难达成共识,论述也不多,界定范畴存在一定的困难。

苏格兰旅游委员会认为:景区“是一个长久性的旅游目的地。

其主要目的是让公众得到消遣的机会,做感兴趣的事情或受到教育,而不仅仅是一个零售点、一处体育竞技场地、一场演出或一部电影。

游览地点在其开放期间,应不需要预定,公众可随时进入。

游览地点不仅能够吸引旅游者和一日游者,而且要对当地居民有吸引力。

”梅得尔敦(Middleton,1988)的定义是:“一个指定的长久性的,由专人管理经营的,为出游者提供享受、消遣、娱乐和受教育机会的地方。

”而史蒂文斯(Stevens,1990)认为景区应该是有特色活动的地点、场所或集中地,应该具备一下特点。

- (1) 吸引旅游者和当地居民来游览,并为此而经营。
- (2) 为顾客提供获得轻松经历的机会和消遣的方式,使他们度过闲暇时间。
- (3) 尽量发挥其潜在能力。
- (4) 按旅游需求进行管理,使顾客得以满足。
- (5) 按游客的要求、需要和兴趣,提供相应水准的设施和服务。

从实际情况看,在国外旅游研究中很少使用“旅游景区”这一概念,而更多的是用“旅游目的地”来表达。

所以,从某种意义上说,国际上的“旅游景区”和“旅游目的地”是有重叠的。

<<旅游景区管理>>

编辑推荐

《旅游景区管理(第2版)》可作为高等学校旅游类专业的教科书、旅游景区管理培训班教材，也可以供社会读者阅读。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>